

## РЕШЕНИЕ

### по делу № 012/05/7-945/2022 о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе

«10» февраля 2023 года  
Йошкар-Ола

г.

Резолютивная часть решения объявлена: «09» февраля 2023 года

Полный текст решения изготовлен: «10» февраля 2023 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии – заместитель руководителя – начальник отдела <...>;

член Комиссии – главный государственный инспектор <...>,

член Комиссии – ведущий специалист- эксперт <...>,

рассмотрев дело № 012/05/7-945/2022, возбужденное в отношении ИП Г. по факту распространения рекламы магазина «Tasty Cloud» на штендере возле входа в торговый центр «Аякс» по адресу бул. Чавайна, 12, г. Йошкар-Ола, а также внутри магазина и перед входом в торговый объект с наименованием «Tasty Cloud», в отсутствие лиц, привлеченных к участию в деле,

УСТАНОВИЛА:

Дело о нарушении законодательства о рекламе возбуждено в отношении ИП Г. по признакам нарушения Закона о рекламе, выразившегося в распространении рекламы магазина «Tasty Cloud» на штендере возле входа в торговый центр «Аякс» по адресу бул. Чавайна, 12, г. Йошкар-Ола, а также внутри магазина и перед входом в торговый объект с наименованием «Tasty Cloud», следующего содержания:

Основанием для возбуждения дела явилось обращение <...> (рег номер 9358-ЭП/22 от 08.12.2022).

Определением от 23.01.2023 рассмотрение дела № 012/05/7-945/2022 отложено на 09.02.2023.

Комиссия Марийского УФАС России, исследовав материалы дела, пришла к выводу о нарушении законодательства о рекламе при размещении рассматриваемой рекламы.

В соответствии со статьей 3 Закона о рекламе реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Рассматриваемая информация является рекламой, так как адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

Под объектом рекламирования понимают товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама (статья 3 Закона о рекламе).

Размещенная информация на стендере (вейпы, электронные сигареты, парогенераторы, всё для кальяна), внутри торгового центра «Аякс» (электронные сигареты, всё для вейпинга, всё для кальяна), а также рядом с самой торговой точкой (электронные сигареты, ремонт вейпов, расходники, жидкости, альяны, табак) привлекают интерес потребителей к деятельности торговой точки по продаже курительных принадлежностей и аксессуаров к ним, дает явное представление о реализации данных товаров и по своему содержанию и формату размещения направлена на привлечение внимания всех посетителей данной торговой точки, и поддержание интереса, как к продавцу, так и к ассортименту реализуемой им продукции.

Как разъяснил Президиум ВАС РФ в пункте 16 информационного письма от 25.12.1998 № 37, информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

В силу пунктов а, в, г части 1 статьи 16 Закона от 23.02.2013 № 15-ФЗ «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака» в целях сокращения спроса на табак и табачные изделия запрещаются:

- распространение табака, табачных изделий среди населения бесплатно, в том числе в виде подарков;

- использование товарного знака, служащего для индивидуализации табачных изделий, на других видах товаров, не являющихся табачными изделиями, при производстве таких товаров, а также оптовая и розничная торговля товарами, которые не являются табачными изделиями, но на которых использован товарный

знак, служащий для индивидуализации табачных изделий;

- использование и имитация табачного изделия при производстве других видов товаров, не являющихся табачными изделиями, при оптовой и розничной торговле такими товарами.

Таким образом, Российское законодательство не допускает распространение рекламы табака, табачной продукции, табачных изделий и курительных принадлежностей, в том числе, кальянов, любым способом.

В силу пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе не допускается реклама табака, табачной продукции, табачных изделий, никотинсодержащей продукции, курительных принадлежностей, в том числе трубок, сигаретной бумаги, зажигалок, а также устройств для потребления никотинсодержащей продукции, кальянов.

Из анализа текста рекламы, расположенной внутри ТЦ «Аякс» («электронные сигареты, всё для вейпинга, всё для кальяна»), у входа в торговую точку и штендере («электронные сигареты, ремонт вейпов, расходники, жидкости, кальяны, табак»), размещенном у входа в торговый центр («Tasty Cloud VAPE & HOOKAH SHOP Вейпы Кальяны Жидкости Кальянные смеси Одноразовые ЭС Ремонт устройств Бонусная программа») и общего оформления рассматриваемой рекламы следует, что магазин «Tasty Cloud» осуществляет реализацию курительных принадлежностей (вейпы, электронные испарители, всё для кальяна).

Кроме того, на рассматриваемом штендере размещен двухмерный штрих-код (QR-код).

Двухмерные штрих-коды (в том числе QR-коды) признаются рекламой или иной информацией, не являющейся рекламой, исходя из содержания таких штрих-кодов, содержания иной сопровождающей их информации, а также всех обстоятельств их размещения. Таким образом, в случае, если размещенные QR-коды содержат сведения, направленные на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке, то такие QR-коды являются рекламой, и как содержание, так и размещение указанных QR-кодов должно соответствовать требованиям Закона о рекламе.

При сканировании рассматриваемого QR-кода потребителем осуществляется переход на страничку Tasty Cloud в социальной сети «ВКонтакте», где приводится информация о реализуемых товарах, проводимых акциях в сети магазинов Tasty Cloud:

Таким образом рассматриваемая информация является рекламой курительных принадлежностей, никотинсодержащей продукции, устройств для потребления никотинсодержащей продукции.

На основании изложенного, рассматриваемая реклама нарушает требования пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе.

Кроме того, в соответствии с частью 11 статьи 5 Закона о рекламе при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации.

Согласно пункту 10 части 1 статьи 3 Федеральный закон от 01.06.2005 N 53-ФЗ «О государственном языке Российской Федерации» государственный язык Российской Федерации (русский язык) подлежит обязательному использованию в рекламе.

В части 2 статьи 3 Федерального закона «О государственном языке Российской Федерации» указан порядок использования в рекламе текстов на иностранном языке. В силу данной нормы, в рекламе допускается использование иностранных слов и выражений, если одновременно в рекламе присутствует их идентичный перевод на русский язык.

Перевод должен в полной мере отражать смысловое содержание текста на иностранном языке, а также должен быть выполнен в той же манере, что и текст на иностранном языке.

В рассматриваемой рекламе информация представлена на иностранном языке, без перевода, что имеет нарушения части 11 статьи 5 Закона о рекламе.

Пунктами 5, 6, 7 статьи 3 Закона о рекламе предусмотрены понятия рекламодателя, рекламопроизводителя и рекламораспространителя. Рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламопроизводитель – лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму; рекламораспространитель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В силу статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе несет как рекламодатель, так и рекламораспространитель.

Марийским УФАС России установлено, что деятельность в магазине «Tasty Cloud в торговом центре «Аякс» по адресу бул. Чавайна, 12, г. Йошкар-Ола, осуществляет ИП Г., являющийся как рекламодателем, так и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы.

Из изложенного следует, что рекламодателем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы выступает ИП Г.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 33 Закона о рекламе антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В настоящее время у Комиссии Марийского УФАС России отсутствуют доказательства устранения нарушения законодательства о рекламе в связи с чем в данном случае имеются основания для выдачи предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктом 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия,

## **РЕШИЛА:**

1. Признать ненадлежащей рекламу ИП Г. (ИНН <...> ОГРНИП <...>, <...>), размещенную на штендере возле входа в торговый центр «Аякс» по адресу бул. Чавайна, 12, г. Йошкар-Ола, а также внутри магазина и перед входом в торговый объект с наименованием «Tasty Cloud», следующего содержания:

поскольку она не соответствует требованиям части 11 статьи 5, пункта 8 статьи 7 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ИП Г. (ИНН <...> ОГРНИП <...>, <...>) предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Марийского УФАС России для рассмотрения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении в соответствии со статьей 14.3.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

*Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.*

Председатель Комиссии

Члены Комиссии